

## **Нацистская пропаганда в оценке советских официальных лиц в период действия договора о ненападении с Третьим рейхом**

После подписания договора о ненападении с Германией 23 августа 1939 г. «упрощенной антифашистской агитации» (по выражению В. М. Молотова [2, 1]) был положен конец. Различия в мировоззрениях и социальных системах больше не являлись помехой для сближения СССР и Германии. В советской прессе прекратились открытые выпады против нацистского режима, события внешней политики в ней освещались с германской точки зрения, а антифашистская литература оказалась изъятой из книжного оборота. В этот период обнаружилась важная точка соприкосновения с нацистским режимом в области культурной политики: стремление советских пропагандистов в собственных практических интересах использовать пропагандистский опыт национал-социалистов.

В предшествовавший подписанию договора период подобные попытки представлялись абсурдными. Так, 14 мая 1937 г. на совещании актива Всесоюзного общества культурных связей с заграницей (ВОКС) было решительно отвергнуто предложение, поступившее от одного из сотрудников, о возможности изучения методов фашистской пропаганды. В ответ на это заместитель председателя правления Общества В. Смирнов заявил, что «никогда фашисты не обладали теми знаниями из практики в пропаганде и агитации, какими обладала наша партия», и что вообще применять «методы фашистской пропаганды» большевикам «не к лицу». Подытоживая неожиданно возникшую дискуссию, А. Я. Аросев заключил: перенимать у фашистских пропагандистов нечего и учиться у них нечему [1, 318].

После подписания договоров о ненападении и о дружбе и границе в условиях, когда начался процесс восстановления советско-германских культурных связей, советским пропагандистам представилась возможность, не оглядываясь на идеологические расхождения

с нацистами, проанализировать организационные и содержательные аспекты функционирования германских пропагандистских органов и попытаться извлечь из этого анализа пользу. Прежде всего это касалось документального кинематографа и радиовещания.

Кинематограф в Третьем рейхе был призван оказывать необходимое воздействия на массовое сознание, являясь важным инструментом идеологического обеспечения внутривнутриполитических и внешнеполитических акций нацистского руководства. В частности германское документальное кино было призвано прославлять военную мощь вермахта, который был поставлен на службу захватнических устремлений Гитлера. В начале 1939 г. советская печать позитивно отреагировала на то, в США были запрещены к показу хроникальные германские ленты, во всех подробностях фиксирующие действия войск вермахта в ходе занятия Судетской области, которая по условиям Мюнхенского соглашения 1938 г. отошла к Германии[4, 3].

В 1940 г. уже в новой политической ситуации, когда в результате действий вермахта и Красной армии Польское государство потеряло свою независимость, Комитет по делам кинематографии при СНК СССР организовал закрытый просмотр фильма, отснятого германскими кинодокументалистами, под характерным названием «Поход на Польшу». Картина снималась многочисленным коллективом кинооператоров Министерством народного просвещения и пропаганды Й. Геббельса по заказу военного ведомства Германии. Присутствовавший на этом кинопросмотре писатель и драматург В. В. Вишневский спустя четыре дня (25 июня 1940 г.) в своем выступлении на совещании, созванном Оборонной комиссией ССП, редколлегиями журналов «Знамя» и «Красная звезда», дал общую высокую оценку хроникально-документального фильма «Поход на Польшу». Более того, В. В. Вишневский предлагал организовать демонстрацию этой картины в СССР на широком экране, поместить рецензию на нее на страницах «Красной звезды» [3, 132].

Руководство Комитета по делам кинематографии при СНК СССР в своем информационном издании 15 июля 1940 г. подчеркивало, что в Германии уделялось большое внимание производству «нужных фильмов» о войне. В этом документе был также приведен материал из германской газеты о работе немецких кинематографистов во время новой военной кампании (теперь уже против Франции) [3, 133].

Без внимания руководства советских пропагандистских органов не осталась и деятельность германского радиовещания. В докладной записке секретаря Исполкома Коммунистического Интернационала Д. З. Мануильского на имя отвечавшего за партийную пропаганду секретаря ЦК ВКП(б) А. А. Жданова (27 ноября 1940 г.) было, в частности, высказано предложение о необходимости изучения форм и методов подачи радиоинформации за рубежом [5, 68]. Так, Д. З. Мануильский информировал Жданова о постановке дела иностранного радиовещания в Англии и Германии. При этом автор упомянутой докладной записки подчеркивал: «Было бы нелишне, если бы этот опыт изучили руководители нашего инорадиовещания» [5, 69].

Говоря о германском радио, Д. З. Мануильский отмечал, что его иностранный отдел «по своему размаху почти соответствует английскому», а по форме подачи информации «отличается особенно тем, что его передачи вызывают у слушателей впечатления непосредственных переживаний». Германское радио, согласно его сведениям, практически не использовало в своих передачах статейный материал. Если статьи из газет и цитировались, то это делалось это «в рамках хроники, кратких обзоров печати, в полемике с иностранными радиопередачами» либо когда ставилась задача «информировать радиослушателей о точке зрения германское прессы по какому-либо вопросу» [5, 70]. Далее Д. З. Мануильский подробно останавливался в своей докладной записке на специфике подачи материала, характерной для германского радиовещания: «Широкая программа германского радио отличается особенно наглядным и легко запоминаемым распределением. По определенным дням, в одни и те же часы одни и те же лица выступают по тому или иному определенному циклу. Германское радио передает, например, ежедневно “Эхо Германии”, которое во время войны состоит преимущественно из репортажей с фронта, с месторасположения зенитных батарей, с бортов судов, причем дикторы германского радио стараются находиться с микрофонами на месте событий, т. е. как можно меньше в самой студии. Еженедельно дается обзор важнейших политических событий под заголовком “Информация о Германии”. Каждые 2–3 дня по Инорадио выступает представитель министерства пропаганды, ответственный за руководство германской прессой советник министерства д[окто]р Фриче, который дает “Обзор газет и радио” (продолжение передачи

15 минут). Он полемизирует с иностранной печатью и в полемической форме излагает точки зрения, которые выдвигаются в германской пропаганде» [5, 71].

В докладной записке на имя начальника Управления пропаганды и агитации ЦК ВКП(б) Г. Ф. Александрова от 25 декабря 1940 г. ответственный руководитель ТАСС Я. С. Хавинсон также настаивал на необходимости тщательного изучения опыта ведения пропаганды соответствующими германскими органами с целью выявления полезных для советского пропагандистского аппарата тенденций. В частности Я. С. Хавинсон приводил известные ему сведения об организации Имперского министерства пропаганды и отдела печати германского правительства. Он указывал на то, что всей пропагандой на территории Третьего рейха руководил Й. Геббельс. В ведении Геббельса находились различные отделы и управления: штаб, отдел активной пропаганды, отдел радиовещания, отдел связи, отдел культуры, отдел кино, управление национал-социалистской пропаганды и агитации, отдел пропаганды в печати, отдел информации, отдел художественной пропаганды» [6, 31].

Далее, констатировал Я. С. Хавинсон, «при национал-социалистской партии имеется имперский шеф печати национал-социалистской партии (Дитрих). При нем существуют следующие отделы: 1) отдел кадров печати; 2) политический отдел; 3) отдел информации; 4) референтура по вопросам иностранной печати; 5) журнал по вопросам национал-социалистской печати». На этом фоне, как указывал он, отсутствие в СССР централизованного оперативного руководства в сфере устной и печатной агитации и пропаганды отрицательно сказывалось на работе всего советского внешнеполитического пропагандистского аппарата [6, 32].

Таким образом, документы тех лет свидетельствуют о повышенном интересе советских официальных лиц, причастных к пропагандистской деятельности, к опыту работы Министерства народного просвещения и пропаганды Третьего рейха. Этот опыт, прежде всего в документальном кинематографе и радиовещании, был учтён и использовался органами советской пропаганды уже накануне и в период Великой Отечественной войны.

### **Список источников и литературы**

1. Голубев А. В., Невежин В. А. ВОКС в 1930–1940-е гг. Минувшее. СПб., 1993.
2. Известия. 1 сентября 1939.
3. Невежин В. А. Культура Третьего рейха через призму советской пропаганды // Россия и Европа в XIX–XX вв.: Проблема восприятия народов, социумов, культур. М., 1996.
4. Правда. 13 января 1939.
5. РГАСПИ. Ф. 17. Оп. 125. Д. 11.
6. РГАСПИ. Ф. 17. Оп. 125. Д. 57.

*Вас. В. Запарий,*  
ассистент УрФУ, г. Екатеринбург

### **Сотрудничество англо-американских союзников по антигитлеровской коалиции и СССР в области бронетанковых вооружений периода Великой Отечественной войны**

Ввиду того что история Второй мировой и Великой Отечественной войн является достаточно политизированной, многие вопросы международных отношений имеют несбалансированные суждения и трактовки, что осложняет и затрудняет адекватное восприятие действительности. Это в первую очередь было вызвано прошлыми и настоящими геополитическими процессами.

К числу таких дискуссионных и противоречивых вопросов относится военно-техническое взаимодействие СССР и западных союзников периода Великой Отечественной войны. Это сотрудничество имеет два основных измерения: поставки бронетехники в СССР из США и Англии, а также имевшие место контакты между соответствующими специалистами по вопросам развития и конструирования бронетехники. Так, если в англо-американской историографии значение и роль поставок бронетехники в самые тяжелые для СССР